

На правах рукописи

Иванова Наталья Сергеевна

**МОЛОДЕЖНЫЙ ЖАРГОН
В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ОСВЕЩЕНИИ**

Специальность: 10.02.01 – русский язык

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2007

Работа выполнена на кафедре русского языка и общего языкознания ГОУ ВПО
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

Научный руководитель: Дмитриева Татьяна Николаевна, доктор
филологических наук, доцент

Официальные оппоненты: Вепрева Ирина Трофимовна, доктор фи-
лологических наук, профессор, ГОУ ВПО
«Уральский государственный университет
им. А. М. Горького»
Алабугина Юлия Владимировна, канди-
дат филологических наук, доцент, ГОУ ВПО
«Российский государственный профессио-
нально-педагогический университет»

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Уральский государственный
педагогический университет»

Защита состоится 31 октября 2007 года в _____ час. на заседании дис-
сертационного совета Д 212.286.03 по защите диссертаций при Уральском государ-
ственном университете им. А. М. Горького (620083, г. Екатеринбург, К-83, пр. Лени-
на, 51, комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральского госу-
дарственного университета им. А. М. Горького.

Автореферат разослан _____ сентября 2007 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

М. А. Литовская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Молодежь всегда отличалась стремлением к самоактуализации и выделению своей субкультуры. Молодые люди, применяя определенные вербальные социально-символические средства, активно влияют на формирование своего образа в глазах окружающих. Выполненная работа представляет собой исследование молодежного жаргона в лингвокультурологическом освещении.

При использовании в работе термина *молодежный жаргон* мы опираемся на его понимание такими учеными, как Э. М. Береговская, Е. Г. Борисова, М. А. Грачев, В. М. Жирмунский, В. В. Химик, М. Г. Чабаненко. Выбор данного термина обусловлен ограниченностью контингента носителей (учащаяся молодежь) и базируется на соответствии двум критериям – возрастному и мировоззренческому.

Актуальность исследования определяется тем, что на данном этапе развития общества социальная активность молодежи в различных сферах деятельности резко повысилась, и для того, чтобы исключить элемент стихийности действий молодого поколения и целенаправленно формировать современную молодежную культуру, необходимо представлять реальную картину категориальных и речевых предпочтений современной молодежи. В связи с тем, что в обществе размываются границы социально-культурных слоев и средствами манипуляции сознанием молодежи становятся телевидение, газеты, кинофильмы и т. д., целесообразно рассмотрение различных аспектов связи с другими языковыми пластами и воздействия на молодежный жаргон многообразных явлений окружающей среды.

Подтверждением актуальности рассматриваемой проблемы можно считать активное употребление жаргонной лексики в последнее время не только молодежью, но и бизнесменами, политиками, вплоть до президента, что демонстрирует, насколько важно проследить динамику развития молодежного жаргона в течение определенного периода и выявить тенденции его развития.

Научная новизна данной работы заключается в рассмотрении различных частей молодежной субкультуры как взаимопроникающих и взаимовлияющих компонентов одного целого; в диахронном подходе к составу молодежного жаргона, который распространяется на зафиксированные единицы и на живую разговорную речь разных поколений; в цикличном отборе материала, который представляет собой анализ параллельных явлений в разное время их существования; в разработке системы опросов, проведенных в молодежной среде.

Объектом исследования в данной работе выступает молодежный жаргон; **предметом** исследования – молодежная субкультура в зеркале жаргона.

Материалом исследования стала лексика, которая бытует в молодежной среде, т. е. употребляется при неофициальном общении между молодыми людьми от 13 до 25 лет и лицами, имеющими идентичные взгляды, мировоззрение и мироощущение, а также используется в кино-, рекламной продукции или СМИ, ориентированных на людей данной категории.

Выделяется ряд признаков, по которым слово относится к молодежному жаргону: *характер функционирования, тематика, наличие семантического аналога в литературном языке*. Слово включается в молодежный жаргон при условии его

соответствия всем трем критериям. При спорных случаях, например, когда слово широко распространено и в речи людей старшего возраста или, наоборот, является малоизвестным, в работе используется *факультативный критерий* – факт фиксации слова в газетах, журналах, фильмах или рекламных роликах, созданных молодежью или ориентированных на нее.

Источниками материала являются тематически разнотипные молодежные газеты и журналы различных годов изданий; молодежные фильмы советского и постсоветского периода; аудиальные и печатные тексты рекламной продукции последних лет; результаты опросов, анкетирования, интервьюирования, социолингвистических экспериментов, проведенных среди представителей различных молодежных субкультур. Общий объем анализируемого жаргонного лексического материала составляет 1578 единиц, представленных в толковом словаре, помещенном в приложении.

Цель исследования заключается в определении значимости молодежных жаргонов как явления молодежной субкультуры второй половины XX–начала XXI вв. на синхронном и диахронном уровнях.

В этой связи актуализируется решение следующих **задач**:

1. Проанализировать специфику современной молодежной субкультуры и особенности речевых кодов ее представителей.

2. Охарактеризовать источники пополнения молодежного жаргона и его взаимосвязи с литературным языком.

3. Выделить основные составляющие молодежного жаргона, сопоставить тематические группы лексики и определить их взаимосвязи.

4. Выявить качественный и количественный состав жаргонной лексики 1980-х и 2000-х гг. по материалам печати, в кинофильмах, на основе проведенных опросов, личного общения и проследить изменения в нем.

5. Рассмотреть взаимосвязь отдельных единиц печатной лексики и лексики, зафиксированной на телевизионном экране, с живым языком.

6. Определить роль СМИ, кинофильмов, рекламы в фиксации жаргонизмов и их распространении.

7. Установить функции жаргонной лексики в прессе, кинофильмах, рекламе в разные временные периоды и на основе опросов определить успешность языковой ориентации на молодежную целевую аудиторию.

8. Проанализировать уровень речевой культуры и массового сознания современной молодежи на основе проведенных опросов.

Цель и задачи исследования обусловили использование **комплексной методики** анализа с применением ряда **способов** (наблюдение, интерпретация, моделирование) и **методов** исследования (описательный, сопоставительный, анкетирование, интервьюирование, включенное наблюдение, социолингвистический эксперимент, метод корреляционного анализа и моделирования социально детерминированной речевой деятельности).

Практическое значение работы. Результаты проведенных исследований могут найти применение в дальнейшем изучении как жаргонной лексики, так и молодежных субкультур в целом, при разработке теоретических курсов по социолингви-

стике и психолингвистике, а также спецкурсов по лексике, фразеологии, стилистике и культуре речи. Зафиксированные лексемы и фраземы могут быть использованы при составлении и дополнении словарей социолектов.

Апробация результатов исследования. Основные положения работы и отдельные проблемы, рассмотренные в диссертации, отражены в 11 публикациях и изложены в 5 докладах на научных конференциях и семинарах: всероссийская конференция Уральского государственного технического университета – УПИ (4–6 мая 2005 г.), научная конференция молодых ученых в Уральском государственном педагогическом университете (28 октября 2005 г.), научно-теоретическая конференция в Уральском институте коммерции и права (ноябрь 2005 г.), международная научная конференция аспирантов, студентов, преподавателей в Уральском государственном университете им. А.М.Горького (15 декабря 2005 г.), межвузовская научно-практическая конференция Уральской государственной юридической академии (6 октября 2006 г.).

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Молодежный жаргон – один из символов молодежной субкультуры и может рассматриваться только в общем контексте всей системы культуры.

2. Наиболее распространенными источниками пополнения словарного состава жаргона являются заимствования из других социальных жаргонов и арго, профессиональной лексики и иных подсистем языка, что обуславливается многоуровневостью самой молодежной субкультуры. При этом заимствования подвергаются переосмыслению и приобретают новые семантические нюансы.

3. В жаргоне учащейся молодежи можно выделить две группы лексики: учебную и досуговую, из которых последняя преобладает как в речи отдельного индивида, так и в общем объеме лексики.

4. На синхронном уровне изучения молодежного жаргона наблюдаются существенные различия в профессиональной учебной лексике, которая зависит от выбора специализации, на диахронном уровне – различия в области досуговой, что связано с объективными (изменение в структуре молодежных субкультур, смена приоритетов, появление новых реалий и интересов) и субъективными (влияние СМИ, отдельных видов искусства) причинами.

5. Молодежный жаргон воспринимается носителями не как единственно возможная языковая система, позволяющая добиться социальной изоляции, а как средство выражения эмоционального состояния говорящего, как некий речевой код, который меняется в зависимости от коммуникативной ситуации.

6. Молодежный жаргон дает возможность реализовать креативную, рекреативную, идентифицирующую, коммуникативную функции, поэтому в общем тезаурусе преобладают эмотивы, лексемы и фраземы с ярким характерологическим смыслом.

7. Значение жаргонизма не всегда могут сформулировать даже носители данного языка, что свидетельствует о том, что заимствование жаргонизмов происходит на формальном уровне, чему в значительной мере способствует использование социолектов в печати, кинофильмах, рекламной продукции, закрепляющими за лексемами определенный смысл и оценку.

8. Молодежный социум – это мультикультурное образование с четкими парадигмами и определенным функциональным устройством, лексические нововведения в котором бытуют на разных уровнях; носители, используя жаргон в речи, преследуют конкретные цели: это номинирование реалий, экспрессивная окраска речи, креативность в образовании, языковая игра. Молодежная субкультура представляет собой одну из ступеней социализации, без нее невозможен дальнейший переход молодых людей во взрослую жизнь.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и трех приложений – словаря анализируемых в работе жаргонизмов; обобщающих сравнительных таблиц; образцов опросных листов и тестовых заданий.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается выбор темы, актуальность анализируемой проблемы, оценивается степень изученности жаргона как явления молодежной субкультуры, определяется новизна исследования. Комментируется выбор термина *молодежный жаргон*, даются первичные характеристики данного феномена и определяется ряд критериев отнесенности лексических единиц к изучаемому социолекту. Очерчивается круг источников, служащих материалом диссертации, определяются объект и предмет исследования, цель и задачи работы, ее методологические и теоретические основания, характеризуется структура.

В **первой главе «Особенности речевых кодов представителей молодежной субкультуры и специфика «неформальных» объединений»** показана взаимосвязь речевых приоритетов молодежи с самоопределением участников социума. Рассматриваются особенности функционирования речевых кодов, используемых представителями различных молодежных субкультур.

В **первом параграфе «Представители молодежной субкультуры, их взаимоотношения и используемые речевые коды»** раскрывается основной принцип самоопределения «неформальных» сообществ, где главным знаковым элементом является наличие уникального собственного языка, который выступает в роли идентификатора и своеобразного пароля в молодежной среде.

Большинство молодежных объединений обладает «социокультурной толерантностью» и часто не афиширует свою деятельность за пределами своего социума, что позволяет максимально актуализировать такие функции жаргона, как креативная, когнитивная, кодифицирующая. Молодежные объединения, заинтересованные в расширении круга своих последователей, строят свои взаимоотношения с официальной культурой или другими субкультурами достаточно лояльно, хотя определенная замкнутость в той или иной степени присутствует в каждом из них.

Молодежный жаргон представляет собой вербализованные знания молодежи о мире, их представления об иерархии ценностей, отношение к фактам действительности. Речевые коды, используемые в молодежной среде, имеют разнообразную функциональную направленность. Наиболее простые речевые коды используются при идентификации носителя как представителя молодежной культуры без дифференциации его интересов, т. е. речь идет о лексике, достаточно широко известной, что может дополняться и особым построением разговорного текста, имеющего игровой,

неформальный характер. Деление субъектов в ходе коммуникативного акта идет по трехчленному принципу: свой – друг – антагонист. Свой – это представитель молодежной культуры, независимо от принадлежности к какому-либо объединению внутри нее. Друг – человек, не являющийся представителем молодежной культуры, но знающий ее законы и готовый принять участие в общении, хотя несовпадение статусов осознается. Обмен вербальными кодами при подобном общении представляет попытку установить контакт с представителями другого поколения. Антагонист – человек, общение с которым по молодежным законам невозможно.

Для выбора модели поведения при коммуникативном акте, имеющем целью определение статуса говорящего как представителя молодежной культуры в целом, применяются такие жаргонные слова, которые не требуют творческого подхода при их использовании и понимании, обладают устойчивым смыслом, выражают эмоции, и говорящий с их помощью может однозначно позиционировать себя в качестве одного из трех типов субъектов. Лексические единицы, используемые при этом, выступают в качестве своеобразных маяков, и установка идет в первую очередь на декодирование информации.

После того, как общение между субъектами налажено, то либо оно продолжается без изменения статуса говорящих, либо начинается идентификация внутри молодежного социума. При этом увеличивается объем специализированного лексического состава, или же он пополняется новыми семантическими нюансами, переходя с формального уровня восприятия на творческий.

Среди современных молодежных объединений мы выделили 6 типов: политические и идеологические (националисты, экологисты, хиппи, хайлайфисты); музыкальные (рокеры, реперы, лабухи, рейверы, металлисты, кислотники); спортивные (бейсеры, байкеры, футбольные фанаты, скейтеры); творческие (толкиенисты, ролевики, реставраторы); по роду занятий (компьютерщики, водители); социальные (студенты, военные).

Среди лексических особенностей языка наиболее радикально настроенных молодежных групп (скинхеды, националисты) значимым является сближение речевых кодов с «тайными» языками, молодые люди кодируют словесное сообщение так, что его содержание доступно только единомышленникам. В области неформального общения такой установки не существует, поэтому нет языковых новообразований, свойственных только узкому кругу посвященных.

Молодые люди могут принимать активное участие в нескольких объединениях одновременно, что приводит к созданию «интерсубкультурного» пространства и способствует распространению культурных доминант.

Во втором параграфе «Современная молодежь: мифы и реальность (на примере данных психолого-языкового обследования)» анализируется степень влияния на молодежную культуру отдельных ее групп. Выявляется круг реалий, входящих в молодежный жаргон, чтобы позволяет составить объективную картину речевых предпочтений современного поколения.

С целью формирования общего представления о современной молодежи и ее моральных, психологических, этических принципах и на основании этого базиса – о молодежном языке как особой структуре было проведено два социологических оп-

роса, в которых приняли участие 90 человек – студентов вузов и учащихся средних специальных и профессиональных заведений.

По данным первого опроса были определены те жаргоны, которые достаточно существенны для молодежной субкультуры (условно к таковым отнесены жаргоны, используемые 10 % опрошиваемых). Это жаргоны музыкантов (72 %), спортивных болельщиков (70 %), занимающихся танцами (65 %), спортсменов-любителей (53 %), металлистов и рокеров (47 %), ролевиков (33 %), байкеров (29 %), хиппи (17 %).

Второй опрос позволил создать языковые портреты самих опрошиваемых, очертить сферу их языковых предпочтений в общении с другими представителями молодого поколения и определить категорию приоритетов среди объектов окружающей действительности, субъектов коммуникации, явлений и действий по отношению к разным категориям лиц, что охарактеризовало знаковые группы, подвергающиеся реноминации в молодежной среде. Установлено, что наиболее актуальными являются следующие номинативные группы: сфера обучения, предметы одежды, способы проведения досуга, предметы, выступающие в качестве маркеров при идентификации представителей молодежных субкультур.

Во второй главе диссертации **«Молодежный жаргон как форма существования русского языка»** дается анализ молодежного жаргона, его особенностей, взаимосвязей с другими формами существования языка

Молодежный жаргон вступает во взаимодействие как с другими жаргонами, так и с литературным языком. Об особенностях расширения лексикона молодежи идет речь в первом параграфе **«Источники пополнения молодежного жаргона и связи с другими языками»**.

При рассмотрении лексических процессов пополнения состава жаргона выявляются 3 основных направления: заимствования, семантические модификации слов, словообразовательные процессы.

Заимствования могут быть внутриязыковыми (из других социальных жаргонов и арго, из профессиональной лексики) или из других языков.

Внутриязыковые заимствования составляют в жаргонном лексиконе 36 %. Наиболее активно входят в данный социолект слова из арготической криминализованной речи (*завалиться, смыться, стрелка, стучать*). При их использовании носители часто не ощущают связи с первоисточником и не стремятся ее подчеркнуть, дают лексемам новое семантическое наполнение. Например, у лексемы *слямзить* в молодежном жаргоне происходит смена значения 'украсть' на 'взять', т. е. происходит утрата семы преступного действия.

К криминальным аргю примыкает жаргон наркоманов, с которым у молодежного жаргона установились достаточно тесные связи двух типов. Во-первых, лексемы языка наркоманов переходят в молодежный жаргон с меньшей семантики и широко распространяются, имея достаточно большой круг носителей, чаще всего не ощущающих взаимных связей этих двух жаргонов (*бодяжить, кайф, кайфовать, колбасить*). Во-вторых, лексемы входят в пассивный словарный запас молодого человека с четкой маркированностью первоисточника и используются с целью показать свою осведомленность об этом явлении (*белый, кока, кокс, кумарить, травка*) или для создания комического эффекта.

Отметим, что в последнее время процент арготических заимствований в молодежном жаргоне снижается.

Особая связь существует между молодежными жаргонами внутри молодежного сленга, поскольку молодой человек может одновременно употреблять слова, относящиеся к различным социолектам. Примером может служить студенческий жаргон, сочетающий в себе характерные элементы, номинирующие учебный процесс (*препод* 'преподаватель' *тыщи* 'внеаудиторное чтение текстов на иностранном языке'), и жаргонизмы, свойственные представителям корпоративных культур (байкеров, рейверов, рэперов, хакеров).

В молодежной речи активно функционирует жаргон компьютерщиков (*мыло* 'электронная почта', *сидюк* 'CD-диск'). Характерной чертой молодежного жаргона является его связь с профессионализмами, к которым можно отнести такие дифференцированные лексические подсистемы, как речь преподавателей в вузах, речь специалистов, общепринятые сокращения в пределах профессии (*БАС* 'словарь современного русского литературного языка в 17-ти тт.' *заруба* 'зарубежная литература', *начерталка* 'начертательная геометрия').

Часть слов внутри молодежного жаргона можно считать интержаргонными, так как они употребляются в одном или нескольких известных всем говорящим значениях и используются для обозначения одних и тех же реалий.

Заимствования из других языков составляют 12 %. Чаще всего это англицизмы (американизмы). Заимствования могут быть грамматически не освоенными (*бай*, *хай*) или освоенными (*пиллы* 'люди'). Грамматическое освоение иноязычных слов нередко сопровождается их словообразовательной русификацией. Например, *зипнутый* 'архивированный (о файле)', *спикать* 'разговаривать (чаще по-английски)'. Встречается и калькирование: *зелень* < *green* (букв. «зеленые» о долларах), *травка* < *grass* (букв. «трава» в знач. 'марихуана').

Заимствования из других языков встречаются только в речи людей, изучающих эти языки. Например: *филоложка* (из болгарского языка); *канупец* (из немецкого).

К **семантическим изменениям** можно, во-первых, отнести метафорическое и метонимическое переосмысление слов литературного и других форм языка, что составляет 17 %. Примерами метафоры могут служить *хвост* 'академическая задолженность', *чайки* 'попрошайки'. Характерны также глагольные метафоры: *плавать на экзамене*, *завалиться*, *сдуть*, *скатать*. К метонимии можно отнести такие жаргонные слова, как *корочки* 'документ (например, студенческий билет, диплом и т. п.)', *ноги* 'девушка в мини-юбке'.

Во-вторых, семантические изменения происходят при игровой переработке известных лексем (7 %). Такие преобразования не только выражают иронию молодежи по отношению к предметам окружающей действительности, но и демонстрируют общий уровень развития, образность мышления, степень выражаемой реакции (насмешка, шутка и т. д.), возможность восприятия нестереотипных знаковых связей, знание языковой системы и языковых норм. Лексемы данной группы связаны с соответствующим общенародным словом чисто внешними, формальными омонимическими отношениями: *клава* 'клавиатура компьютера', *удочка* 'оценка «удовлетворительно»', *шпора* 'шпаргалка'.

Часть «игровых» неологизмов имеет окказиональный характер, степень их распространенности может быть небольшой, а возможность использования ограничивается одной или несколькими коммуникативными ситуациями. К подобным фактам можно отнести ассоциативную интеграцию (*кристиане* = *Агата Кристи* + *христиане*), ассоциативное наложение (*сдаваться* ‘сдавать экзамен’ и ‘отступать’). Наиболее распространены лексемы, созданные путем ассоциативного отождествления (*сантехник* ‘пиво «Советник»’, *астма* ‘сигареты «Астра»’).

К особому игровому стилю переработки лексем можно отнести сложные образные номинации, которые состоят из нескольких слов, не имеющих первоначально никаких игровых коннотаций (*боевой веник* ‘оружие участника ролевых игр’, *человек со спецэффектами* ‘человек со странностями’). Они возникают в ходе индивидуального творческого акта и остаются известными небольшой группе носителей.

Развитие полисемии составляет 4 %. Например: *глюк* 1) плод воображения после принятия наркотического средства; 2) любой неадекватный продукт восприятия или воображения; 3) сбой в работе компьютера.

Следует отметить, что в силу разнородности состава носителей молодежного жаргона явление полисемии может наблюдаться часто только людьми, изучающими социолект, т. к. несмотря на реальную связь между значениями, говорящие могут и не подозревать о наличии других смыслов у слов.

Третью группу – **словообразовательные изменения** – составляют аффиксация (15 %), а также сокращение и аббревиация (9 %).

Аффиксальным способом в жаргоне образуются слова как от основ, имеющих общелитературное значение (*водила, молодняк*), так и от уже существующих жаргонизмов (*лохня* от *лох*, *приколист* от *приколиться*). Особенно продуктивны суффиксальные модели.

Наиболее частотным при образовании жаргонизмов с предметным или отвлеченным субстантивным значением является суффиксы *-к(а)* (*зачетка, приемка, проблемка*), *-ик* (*омики, сотик, студик*). При помощи суффикса *-аг(а)*, который достаточно широко распространен в криминонимах, образуются существительные со значением места пребывания: *общага, профага*. Образования на *-ень* обычно негативно оценочны: *мутотень, хренотень, мордень*. Но ср. нейтральное *студень* ‘студент’.

С помощью аффиксации образуются целые ряды однокоренных слов: *приколиться* – *прикол* – *приколист* – *прикольный*; *глюк* – *глючить* – *глюкодром*. К ним относятся однокоренные образования от «ключевых» слов жаргона – *балда, маза, кайф, прикалываться, тусоваться*.

В молодежном жаргоне присутствуют и префиксальные модели образования новых слов: *бухать* – *забухать* и т. п.

Сокращение в чистом виде (*препод, универ, фак*), как и универбизация (*гос*) встречаются довольно редко, чаще они сочетаются с другими, например, с аффиксацией: *зарубежка* из *зарубежная литература*.

Приемами аббревиации молодежь пользуется при образовании жаргонизмов, связанных с номинацией конкретных явлений действительности, в которых, как

правило, больше двух слов, что значительно экономит речевые усилия. Например, *ГУК* 'главный учебный корпус', *СРЯ* 'современный русский язык'.

Молодежному жаргону как подсистеме языка свойственны все явления, характеризующие данный язык. Возникают синонимические ряды (*улетный* – *клевый* – *прикольный* 'хороший'; *хряпать* – *наворачивать* – *затачивать* – *уминать* 'есть'), антонимические пары (*завалиться* – *прогнуться* – о сдаче экзамена или зачета; *прикольный* – *стрёмный* – выражение оценки).

В жаргоне молодежи можно наблюдать явление омонимии: внешней (*арийцы*, *тащить*) и внутренней (*переться* 'идти' и 'смеяться'; *догонять* 'понимать' и 'выпивать').

Для лексики жаргона свойственно как устаревание (*пласт* 'граммофонная пластинка'), так и появление новых слов (*момед* 'модем', *плющ* 'плохо', *сисадмин* 'системный администратор').

Рассмотрению трансформации лексического состава молодежного жаргона в разные периоды посвящен **второй параграф «Динамика лексического состава жаргона молодежи различных поколений (на примере лексикона студентов 80-х и 2000-х годов)»**.

В работе сопоставляются два временных пласта жаргонной лексики, бытовавшей в речи студентов в 70–80-х и в 90–2000-х гг. Между этими периодами лежат коренные изменения в политическом, общественном, экономическом устройстве страны и в сознании ее граждан. Поскольку изменения в лексическом составе жаргона происходят очень быстро, то более длинная дистанция сопоставления привела бы к более разительному несовпадению номинируемых в жаргоне реалий.

Зафиксированные трансформации можно разделить на две группы: изменения в учебной лексике и в лексике, номинирующей досуг. Изменения в учебной лексике связаны с исчезновением реалий, например, учебных дисциплин (*диамут* 'диалектический материализм') или специализаций (*советчик* 'студент, специализирующий' по кафедре советской литературы').

Большая часть лексики, **связанной с учебным процессом**, не изменилась. Одинаково употребительными являются такие слова, как *завал*, *зачетка*, *общага*, *хвост*, *хвостовка*. Ряд слов в 1990–2000-х гг. развивает дополнительные значения. Например, *сдаваться* раньше имело значение 'сдавать экзамен или зачет', сейчас также 'сдавать книги в библиотеку'.

В жаргонных номинациях рассматриваемых периодов активно реализуется функция создания комического эффекта. Объектами подобных номинаций выступают студенты других вузов или факультетов, а также сами факультеты и учебные заведения (*эсрурики* 'студенты факультета журналистики', *СвИНХ* 'Свердловский институт народного хозяйства'). Современный молодежный жаргон становится более грубым, юмористические переработки приобретают оскорбительный, часто унижительный характер (*педик*, *педун* 'студент педагогического университета').

При анализе лексикона представляется возможным выделить несколько лексических групп в соответствии с объектами и целями номинаций: 1) номинации лиц; 2) номинации предметов или явлений действительности; 3) номинации действий; 4) номинации-характеристики; 5) номинации-экспрессивы.

Количественные изменения в первой группе незначительны: на смену устаревшим номинациям приходят новые, и эта группа постоянно колеблется в одних пределах. Так, на смену *зубрилкам* и *заучкам* пришли *ботаны* и *ботаники*, но сама группа слов, характеризующих слишком прилежных учеников, осталась.

Вторая группа обладает большей подвижностью, поскольку реалии могут либо исчезать, либо менять свои характеристики, либо быть известными узкому кругу носителей. Например, *административка*, *вышка*, *тряпка* – учебные предметы конкретных специальностей, *военка*, *общага*, *пристрой*, *художка* – название реалий, присутствующих не во всех вузах. Независимо от рассматриваемого периода, эта группа слов преобладает среди учебной лексики.

Номинации третьей и четвертой групп появились лишь в конце 1990-х–2000-х гг. Номинаций-экспрессивов в этом пласте лексики нет.

Изменения в **досуговой лексике** гораздо существенней.

Номинации лиц здесь представлены большим кругом наименований. Людей называют по роду занятий, увлечениям или пристрастиям (*алконавт*, *бухарин*, *валютчик*), по половому признаку (*герла*, *булка*, *кекс*, *перец*), по физическим и умственным критериям (*баклан*, *дерево*, *бугай*), по личному отношению (*братан*, *кореш*, *бугор*).

Эта группа жаргонной лексики имеет достаточно большой процент как в 70–80-е, так и в 1990–2000-е гг.

Вторая группа (номинации предметов или явлений действительности) в силу большого разнообразия их комплекса занимает ведущее место. Лексемы часто привязаны не только к использующему их социуму, но и к локусу, поэтому являются ограниченными в употреблении и маркированными.

Группа названий действий в досуговой лексике, в отличие от учебной, широко распространена. Номинации связаны либо с конкретными действиями человека (*разгонять*, *писануться*, *принухать*), либо субъективно характеризующимися действиями (*вмазаться*, *корячиться*).

Четвертая группа – номинации-характеристики. В досуговой лексике они составляют значительный процент. Сюда можно отнести те слова, которые характеризуют предмет или объект речи, где эмоциональная доминанта превалирует независимо от части речи (*грузилово*, *крутизна*, *глочный*, *гнилой*, *битый*, *понтowo*).

Активны и номинации-экспрессивы, не имеющие собственно номинативной функции: *плющ* ‘тлохо’, *кайф*, *клево*.

Некоторые слова в нынешнем жаргонном лексиконе развили свое значение по сравнению с лексикой 70–80-х гг. Например, слово *западать* употреблялось в значении ‘восхищаться’ по отношению к неодушевленным предметам, а сейчас применяется в значении ‘нравиться’ по отношению и к людям. Ср.: *Я запад на ту девчонку*.

Новообразования в области досуговой лексики связаны прежде всего с изменением форм проведения свободного времени: *гонять шары*, *дэнс*, *пати*, *сейшен*.

В молодежном жаргоне 70–80-х гг. заимствования составляют небольшой процент: *шузы* ‘обувь’ *джины* ‘джинсы’. В современном языке молодежи количественный состав заимствованной лексики увеличился.

Для жаргонной лексики периода 70–80-х гг. наиболее характерны заимствования из других социальных жаргонов и арг (жаргон хиппи, криминальные языки), из профессиональной лексики в соответствии с выбранной специальностью; аффиксация (наиболее частотным является суффикс -к, который, скорее, придавал речи сниженный, фамильярный характер, нежели создавал корпоративный язык, к чему стремится современный жаргон); больше, чем сейчас, игровых переработок слов. Шире используется субстантивация прилагательных: *курсовая, студенческий*. Подобные образования встречаются и в 1990-х–2000-х гг., но они отходят на второй план по сравнению с номинативными единицами, выраженными существительными: *курсач, студень*.

В третьем параграфе «Территориальные различия в молодежном жаргоне 2000-х годов (на примере УрГУ и УГТУ-УПИ)» анализируется локальная ограниченность молодежного лексикона.

В собранном материале можно выделить 5 основных типов. Первые четыре типа относятся к учебной лексике и составляют примерно 30 % всего словаря, остальные же 70 % составляет «общебытовой» словарь. Рассмотрим каждый из типов.

1. Жаргонная лексика, общая для всех студентов (16 %): *автомат, завалиться, корочки, ксерить, приемка, хвост, шпоры*.

2. Лексика, бытующая в пределах вуза (8–9 %). Это лексемы, номинирующие учебные здания и помещения или специальности, свойственные только этому вузу. Например, для УрГУ характерны следующие жаргонизмы: *андер* 'подвальное помещение в главном здании', *журналиги* 'студенты факультета журналистики'. Для УГТУ-УПИ: *ГУК* 'главный учебный корпус', *стройка* 'строительный факультет', *радиист* 'студент радиотехнического факультета'.

3. Лексика, свойственная студентам определенных специальностей (4 %). Она используется студентами пограничных специальностей независимо от места обучения. Это названия учебных дисциплин. В частности, у филологов распространены слова *древняга* 'древнерусская литература', *СРЯ* 'современный русский язык', *старослав* 'старославянский язык', у студентов технических специальностей – *матан* 'математический анализ', *начерталка* 'начертательная геометрия' *тряпка, омики, крокодильчики*.

4. Лексика, употребляемая студентами в зависимости от изучаемого языка (около 2 %). Для студентов, изучающих английский язык, свойственно употребление таких слов, как: *спикать, зипнутый, пиллы*. Слова, образованные от английских корней, могут использовать в речи и студенты, изучающие другие языки.

5. Лексика «общебытового» словаря наиболее обширна и разнообразна, именно для нее характерна наибольшая размытость границ в силу неоднородности состава студентов и их предпочтений. Можно выделить типы слов, различающихся в зависимости от интересов носителей (*дэнсить* и *рубиться*) и экспрессивной окрашенности самих слов (*догонять, дубак, втыкаться*).

Были выявлены некоторые различия в организации лексикона у студентов разных вузов. Расхождения касаются в основном учебной лексики.

У студентов УГТУ-УПИ широко распространена тенденция к сокращению и кодированию терминов (*хаха* 'холостой ход', *казэ* 'короткое замыкание'), в то время,

как студенты-филологи не подвергают сокращению даже более пространные термины, например, *система художественных образов произведения, словарный состав языка* и др.

Досуговая лексика шире распространена в жаргоне студентов УрГУ, она составляет активный запас студенческого словаря. Хотя студенты УГТУ-УПИ понимают значение слов досуговой лексики, но сами ее почти не используют. При опросах 22 % из них затруднялись определить значение слов *рубиться, сейшн*, хотя слова отмечали как знакомые.

Внеучебная лексика в речи опрошенных студентов УГТУ-УПИ занимает от 33 % до 75 %, в УрГУ – от 48 % до 81 %.

В обоих вузах студенты старших курсов пользуются жаргоном менее активно, чем младшекурсники, для которых важно подчеркнуть принадлежность к данной группе молодежи.

Четвертый параграф «Фиксация молодежного жаргона: анализ лексикографического материала» посвящен обзору и характеристике существующих словарей жаргона.

Все словари жаргона можно разделить на три основные группы. К первой относятся общие жаргонные словари, ко второму – собственно словари молодежного жаргона, к третьему – словари жаргона отдельных молодежных объединений.

Поиск в сети Интернет показал, что здесь жаргонный материал не всегда соответствует заявленной тематике или же им нельзя пользоваться как лексикографическим источником в силу его не соответствующего стандартам оформления. К достаточно серьезным исследованиям можно отнести материал, выставленный Ксенией Турковой на сайте <http://www.pofene.ru/>; компаративное исследование, представленное на сайте Анны Бабиной; сайт Александра (Сэнди) Марочкина, где выставлены теоретические исследования по данной теме.

Выявлен ряд принципиальных проблем, свидетельствующих о недостаточно высоком уровне разработанности данного блока в рамках изучения молодежного жаргона. Во-первых, количество словарей собственно молодежного жаргона явно недостаточно. Во-вторых, отсутствует категориальная унификация лексического материала, т. е. нет четких критериев отнесения слов к конкретному сленгу, жаргону, аргю и т. д. Следствием этого становится появление ряда лексических единиц в одних и тех же значениях в различных словарях. В-третьих, выбор фиксируемых лексем субъективен и детерминирован позицией автора и его интересами. Субъективны и толкования слов, приводимые в словарях, что отражает закономерности бытования молодежного жаргона, но затрудняет работу с фактическим материалом. В-четвертых, источниковая база словарей в каждом издании своя, что не дает возможности соотнести материалы. На основании вышесказанного можно утверждать, что каждый словарь молодежного жаргона ориентирован на определенную, достаточно четко ограниченную группу читателей и пользователей, и появляется необходимость в качестве базы собственного исследования создать свой словарь. Именно такой словарь приведен в приложении к данной работе.

В третьей главе диссертационного исследования «Пути репрезентации молодежного жаргона» рассматривается три типа репрезентационных отношений. В

первом параграфе «Молодежный жаргон в общеполитической и развлекательной прессе 1981 и 2001 гг.: сходство и различия» представлен анализ особенностей функционирования молодежного жаргона в языке прессы, имеющей различные целевые установки, на синхронном и диахронном уровнях.

Современный язык СМИ пытается соответствовать запросам потенциального читателя, поэтому в прессу проникает маркированная жаргонная лексика.

Для анализа лексического материала была выбрана газета «На смену!». В материалах 1981 г. в ней было выявлено всего 39 жаргонных единиц. Факты жаргонной лексики представляют собой включения в статьи определенной тематики. Преобладает собственно молодежная лексика общей направленности (26). Периферийная лексика представлена фактами студенческого жаргона (*шпора, сопромат, связисты, целinka, отсев*), словами воровского аргоса (*фарцовщик, фарцевать* и их производными), музыкальным жаргонизмом *бэнд*.

В газете «На смену!» за 2001 год выявлено 76 жаргонных слов, из них к лексике собственно молодежной направленности можно отнести 59. К периферийным словам относятся единицы музыкального жаргона (*ультракислотные, фанера, раскрутка, брейк-данс*), жаргона байкеров (*байк-шоу, косуха, металлוגа, байкер, драйв*); воровского жаргона (*хулиганка, колочка, стрем, загрести*); жаргона наркоманов (*цеплять, глюки, кайфовать*); компьютерного жаргона (*зависнуть*).

Есть основания говорить о том, что в 1981 г. жаргонизмы имеют меньшую распространенность в прессе, отличаются узкой тематикой и выполняют преимущественно художественную функцию. Материал за 2001 г. представляется более обширным как с тематической точки зрения, так и с функциональной. Пресса смешивает жаргонную лексику различных молодежных групп, которые в реальной жизни не только не связаны между собой, но и враждебны друг другу.

Независимо от года выпуска газета «На смену!» сохраняет критерии отбора лексики: в серьезных статьях жаргонизмы практически не встречаются и по сей день, а в развлекательных и поучительных они присутствуют в большей или меньшей степени всегда.

Жаргон 1981 г. ориентирован в значительной мере на номинацию предметов, конкретных явлений действительности, связанных с молодежной средой. Лексика жаргона 2001 г. акцентирует внимание не на самих предметах, а на отношении к ним субъекта номинации. Отражением этой тенденции можно признать употребление наречий, увеличение доли прилагательных, появление причастий.

Студенческая лексика, которая была основной составляющей периферийной лексики молодежного жаргона в 1981 г., ушла со страниц газеты в 2001 г. На смену ей пришла лексика жаргона наркоманов, музыкантов, байкеров и других корпоративных групп, особенности семантики которых известны далеко не всем, что приводит к определенным трудностям восприятия текста.

В развлекательных журналах «Ровесник» и «Yes» за 2001 г. зафиксировано более 200 жаргонных слов. Из анализа собранных материалов следует, что большую часть занимают слова собственно молодежные: *тащиться, тормозной, труба, врубиться, забуриться*.

Значительная часть жаргонизмов связана с выражением эмоций. Эмотивы с оценочной семантикой общего характера (*крутяк, улет, супер, прикольно, клево*) в основном встречаются в интервью или при цитировании разговорной речи. Слова с эмоциональным компонентом значения, обладающие характерологической нагрузкой (*клевый, злилой, прикольный, грузилово*), могут присутствовать в статьях разнообразной тематики.

Дополнительные функции появляются у жаргонизмов при использовании их в кино, что рассматривается во втором параграфе «Жаргонная лексика в речи героев кинофильмов». Здесь анализируются единицы, зафиксированные в разное время (1980-е и 1990–2000-е гг.) и в разнонаправленных источниках (молодежное кино отечественного производства, переводные фильмы и Интернет-ресурсы).

Вывявленная лексика была разделена на две группы: профессиональная (имеющая отношение к деятельности молодых людей) и общебытовая (связанная с проведением досуга, обозначением предметов быта, людей, явлений действительности).

Можно отметить, что к лексике, производственной тематики в период 80-х гг. относится 7 % всех исследуемых слов: представлены школьный и студенческий жаргон (*пара, кол, сдувать*); воровское арго (*оттрубить, фарцовщик, фарцевать*). 93 % относятся к бытовой лексике: *зеленые, прикид, отишить, шутка*.

Зафиксированные в фильмах 1980-х гг. жаргонные слова можно разделить на следующие группы:

1. Лексика, номинирующая людей по роду занятий, увлечений: *менты, старик, фарцовщик, штатник, халдей, водила, фраер* – 9,8 %.

2. Жаргонизмы, связанные с поведением, действиями человека: *подгребать, молотить, надраться, отстегнуть, напарить, рожать* – 43,7 %.

3. Слова, обозначающие неодушевленные предметы и явления действительности: *деревянные, баксы, бабки, червончик, пласти, стальной, тачка* – 30,4 %.

4. Слова, выражающие эмоциональное состояние или отношение к чему-либо: *фирма, до фени, попс, попсовый, фигня, бодяга, не кисло, непруха, харэ*, – 13,1 %.

5. Лексика, характеризующая происхождение чего-либо или его местонахождение: *джапанские, бундесовские, за бугром* – 3%.

Данная лексика в основном представляет собой конкретные номинативные единицы, единиц с доминирующим эмоционально-оценочным компонентом мало.

В живой разговорной речи молодежи жаргон демонстрирует проявление иронической языковой игры, эпатажа, шутки, пародирования. В кинофильмах 80-х гг. такие образования служат несколько иной цели: они создают образ молодых людей с неправильными ценностными установками.

В кинофильмах 1990–2000-х гг. было зафиксировано 168 жаргонных единиц. 21 % относится к лексике профессиональной тематики: это школьный жаргон (*завучиха*), студенческий (*хвост*), воровской (*на приколе, погореть, бык, волынка, накрыть, катала*), жаргон наркоманов (*иньяга, кайфоломщик, вставить*).

К общебытовой лексике относится примерно 79 % зафиксированных единиц: *тусоваться, бабули, реальный, тема, чувак, башина, дремучий*.

Преобладают жаргонизмы, связанные с проведением времени, поведением и действиями человека (*отрыв, зависать, разборки, замочить, линять, отмазы-*

ваться – 33,9 %.), и слова, выражающие эмоциональное состояние или отношение к чему-либо (*мутные, фишня, фактурно, отпад, обалденный* – 22,4 %.).

Нельзя сказать, что все современные фильмы пестрят жаргонными словами. В частности, на протяжении всего фильма В. Пичула «Небо в алмазах» встречается только 5 жаргонизмов. Самое же большое количество некодифицированной лексики используется в фильме 2003 г. «Даже не думай!».

Жаргон в кино постсоветского периода используется для создания образа, автором акцентируется образная функция молодежной речи, а не только оценочная, как это было раньше. Наряду с костюмами, декорациями жаргонизмы выполняют художественную функцию, позволяют более точно воссоздавать картину мира в фильме, используются в качестве инструмента идентификации, своеобразного маркера, позволяющего понять основные черты героя, идентичные чертам зрителя, усиливают художественную функцию. В последнее время расширилось использование в кино комической функции жаргона.

При анализе переводных фильмов было обнаружено 95 русских жаргонных слов. Из них 15,3 % относится к профессиональной лексике: жаргон наркоманов (*забористый, разбодяжить, косяк, торкнуть*), криминальный жаргон (*завалить, стучать, шухер*). К общебытовой лексике относится 84,7 %: *хавчик, видак, ужас-стик*.

Количество фиксаций жаргонных слов в переводных кинофильмах меньше, чем в современных российских почти в два раза. В основе перевода зарубежных фильмов лежит использование жаргонных слов, выражающих эмоции и отношения к чему-либо (*улет, клёво, звезданутый, круто, чумовой, отвязный* – 35,7 %).

Количество жаргонной лексики в оригинале фильма не всегда совпадает с его переводом, что является следствием ориентации переводчика на характер аудитории.

Новые технологии XXI в. приобретают ведущую роль в создании аудиовизуальных сред (кино, телевидения, виртуальной реальности), и Интернет, наряду с экономической, информационной, активно выполняет социальную функцию. В Интернете существует особое творчество, которое ориентировано на молодежную публику – это короткие рисованные истории. Примером таких компьютерных мультиков может служить «Масяня». Жаргонные образования встречаются как в названиях серий («Обломчики», «Отрыв», «Попсовый хомяк» и др.), так и в речи героев, но могут и не встречаться в отдельных сериях.

Всего обнаружено 106 жаргонных слов. К профессиональной лексике можно отнести 12 %: музыкальный жаргон (*попс, пого, фишки драть*); жаргон наркоманов (*колеса, промокашки, не цепляет, глючный*); компьютерный жаргон (*качать, хомяк*). К общебытовой относится 88 %: *напряг, бычиться, тусняк, лажа*.

Среди выявленных единиц преобладает лексика, отражающая действия человека и проведение времени (*накачаться, качать, подкатывать, колбасит, вечерина, притаранить, завалиться, вмазать, развлекаловка, крышу туманить, оттягиваться* – 37,5 %), все остальные группы составляют примерно равные доли.

В данном сетевом мультике отражаются процессы, происходящие в живом современном языке, которые не под силу зафиксировать кинематографистам. В речи

Масяни в миниатюре представлены наиболее значимые компоненты, составляющие молодежный жаргон последних лет.

В третьем параграфе «Молодежный жаргон и новые PR-технологии» исследуется природа молодежного жаргона в рекламном тексте. Наиболее важным при включении символов молодежной субкультуры в рекламные продукты оказывается не типичность используемого образа, а его однозначная отнесенность к таковой.

При создании рекламного текста наиболее часто используются уже имеющиеся и широко распространенные жаргонизмы, популярные среди молодежи. Чаще всего это слова с несколькими значениями, что дает эффект языковой игры («*забей* (на учебу)» в рекламе трехмесячной стажировки в США; «я *тащусь* от Московской горки», «опять мы с тобой *пролетели*»).

Каждое слово в рекламе нагружено определенным смыслом и имеет символическую форму, что требует четкой градации молодежного лексикона. Созданный рекламный текст, имеющий аудио и видео ряд, обладает большим воздействием на молодого человека в сочетании с визуальными эффектами. Однако сам текст является знаковым только при наличии маркированной лексики в субъектно ориентированной рекламе – жаргонизмы, интержаргонные молодежные слова.

Таким образом, средства массовой информации, независимо от того, к какому типу они относятся (визуальные, аудиальные, аудио-визуальные), представляют собой тексты субъектно-ориентированные и субъектно-организованные. СМИ, ориентированные на молодежь, как и реклама, используют не только художественную образность жаргонной речи, но и заложенную в ней смысловую нагрузку, а также, что более важно, кодирующую функцию, обращенную к подсознанию. Наиболее действенными оказываются те источники, где существует возможность визуального контакта со словом, т. е. газеты и журналы. Ситуация в отечественном кинематографе в основном соответствует ситуации в печати, но имеет преимущество в качестве репрезентирующего источника, поскольку дополняет аудиальный жаргонный ряд рядом символических зрительных образов. В кинофильмах советского периода жаргонная лексика звучала преимущественно в устах отрицательных героев, а само явление позиционировалось как негативное. В современных фильмах жаргон переходит в ряд приоритетных явлений и не только характеризуется маркированностью по отношению к отдельным представителям молодого поколения, но и часто выполняет комическую функцию. Язык Интернета отвечает запросам молодежной аудитории, поскольку в основном формируется представителями этой среды.

В рекламном тексте используется максимальное количество средств привлечения внимания молодежи. Это наиболее мифологизированная структура, которая базируется в первую очередь на общественных представлениях и формирует свои мифы, опираясь на унифицированные каноны. При этом именно реклама способствует созданию новых слов, которые не входят в речь молодежи на долгое время, но в определенный период могут быть достаточно распространены. Направленность на конкретную аудиторию определяет выбор языковых средств, и создателями используется молодежный жаргон разнообразных широких и малых групп в зависимости от контингента потенциальных покупателей.

Авторам не всегда удается эффективно использовать жаргонную речь, нарушается принцип доступности подачи текста, слова берутся не из «общебытового» словаря, а из закрытых подсистем, что приводит не к кодированию высказывания по принципу «только для молодежи», а делает его безадресным, поскольку декодировка становится невозможна. Нарушение сочетаемости жаргонизмов, путаница с номинациями создают минимум комический эффект, а максимум — отталкивают молодежь от подобного рода изданий, где создается псевдомолодежная атмосфера.

Определению статуса современного молодежного жаргона среди носителей посвящена **четвертая глава** диссертации **«Реакция молодежной аудитории на проявления жаргонной лексики: экспериментальные наблюдения»**. Результаты опросов показали, насколько распространен жаргон среди молодежи, степень приоритетности данного явления в данной среде и уровень изменений в общем словарном запасе и лексиконе отдельной личности.

Первый параграф «Жаргонизмы в прессе и лексикон современной молодежи» включает анализ результатов трех опросов с различными задачами, где материалом для оценки стали лексемы, употребляющиеся в газете «На смену!» за 1981 и 2001 гг. и в журналах «Ровесник» и «Yes».

Первый опрос ориентирован на определения места жаргона в лексиконе молодежи по сравнению с общелитературным языком. Предложено 5 дефиниций, по которым участникам опроса предлагается назвать слова. В анкетах второго типа используется 12 жаргонных слов различной частеречной принадлежности, которым требуется дать толкование. Целью этого опроса является выявление знаний молодежи о наличии таких слов и их семантическом наполнении, т. к. это является основным критерием, помогающим дифференцировать носителя и пользователя жаргона.

Третий опрос предлагает реципиентам перевести конкретную фразу на современный молодежный язык. Люди разных поколений, которые участвуют в опросах, демонстрируют тем самым степень распространенности современного жаргона и жаргона прошлых лет.

В опросе приняло участие 92 человека разных возрастов, профессий и социальных статусов. Большинство молодых людей знает собственно жаргонные слова и представляет себе их значения. Периферийная лексика известна не всем и приобретает иногда новые значения, которые могут входить в общий лексикон. Так, отдельным участникам опроса были известны слова *зависать* в его компьютерном значении и *телега* в связи с музыкой.

Надо отметить субъективность информантов при формулировании значений жаргонизмов. Для одного и того же слова зафиксированы разные, иногда даже противоположные значения. Получается, что использование таких многозначных жаргонизмов в прессе может достичь эффекта, противоположного прогнозируемому.

Различия между словами, используемыми представителями различных поколений, в наибольшей степени прослеживаются в связанных высказываниях.

Во втором параграфе **«Жаргонизмы в кинематографе в восприятии молодого зрителя: экспериментальные наблюдения»** дается ответ на вопрос о том, насколько современная молодежь предрасположена к включению жаргонной лексики в свою речь.

Опросные листы содержат 4 блока заданий, каждый из которых разработан в соответствии с целевой установкой подтверждения или опровержения выводов работы. В опросе участвовало 100 человек.

Менее 30 % опрошенных предпочитают фильмы, ориентированные только на молодежную публику. Большинство отвечающих выбирает для просмотра фильмы в жанре комедии, которые максимально насыщены жаргонизмами. Наибольшее знание современных фильмов проявили опрашиваемые в возрасте от 17 лет до 21 года.

Большинство опрошенных предполагает, что использование жаргона делает рекламу фильма более привлекательной и понятной для молодежи, хотя при этом сами отвечающие предпочитают литературную речь, которая, как мы выяснили ранее, является для них более понятной.

В использовании жаргона в кино 96 % опрошенных видит художественные функции, а не засорение языка. Около 30 % опрошенных выделяет в использовании жаргона в кино комический эффект.

Молодежь оценила возможности, предоставляемые Интернетом, и достаточно часто пользуется им в развлекательных целях, поэтому язык чатов и сайтов оказывает значительное влияние на формирование словарного запаса досуговой лексики молодых людей. Эти данные позволяют говорить о правомерности включения в данную работу главы, посвященной Интернет-явлениям.

Результаты опросов относительно места молодежного жаргона в рекламной продукции и степени восприимчивости аудитории к авторским PR-технологиям рассматриваются в **третьем параграфе «Жаргон в рекламных технологиях и реакция молодежной аудитории»**.

По результатам опроса можно утверждать, что рекламные технологии, в которых основной упор делается на создание молодежной атмосферы с помощью языковых средств, не оправдывают ожиданий. Более того, только около 20 % рекламы, рекламирующей молодежные товары и рассчитанной на данную целевую аудиторию, в полном объеме доходит до адресата, поскольку 83 % опрошенных не смотрят телевизионную рекламу (переключают канал, уходят из комнаты) и 79 % переключает радиостанцию.

Молодежь в рекламе привлекает не ее целевая и возрастная ориентированность, а оригинальность проекта. 59 % современных молодых людей предпочитают рекламу, в которой перечислены свойства и достоинства товара, а не использованы броские жаргонные слова, не имеющие точного значения. Только 11 % приведенных опрашиваемыми рекламных фраз имеют в своем составе жаргонные слова («**Оттянись** по полной», «**Не тормози** – сникерсни», «Next – **зависни** в городе мегаэмодий», «**Прикольные** ножки»).

В **заключении** подводятся итоги диссертационного исследования. Молодежный жаргон сочетает в себе достаточно разнородные лексические группы, которые характеризуют не только речевую деятельность представителей различных молодежных субкультур, но и типы их мышления. Каждый индивид входит в несколько групп различных типов, в каждой из которых ему присуще использование четких кодов, в том числе и речевых, наиболее важных для самоопределения и сепарации.

Молодежный жаргон представляет собой знаковое явление молодежной субкультуры. Наряду со стилем поведения и одежды, стиль общения молодых людей характеризует не столько их причастность к определенным неформальным группам, сколько тип мышления молодежи, который с течением времени преобразуется во взрослый. Жаргон отражает склонность молодых людей к гиперболизированным универсальным оценочным средствам. В отличие от профессионального жаргона молодежный обусловлен эмоционально-психологическим запросом, поскольку выражает эмоциональную избыточность, максимализм, особое представление о жизненных ценностях, стиль и манеры поведения, свойственные молодым людям.

Молодежная субкультура – это отражение социализации индивида, и оно невозможно без прохождения определенных стадий в развитии сознания. Словесная игра и речевые стилизации позволяют безболезненно проходить ступени социализации методом речевого поиска, а не личного участия. Данная ступень – переходная стадия становления личности, утрачивающая свое значение по мере адаптации к миру взрослых, поэтому она не несет в себе губительных последствий, если не переходит в разряд патологий. Молодежная субкультура не являлась бы отдельным пластом культурного пространства, не имея речевого проявления – молодежного жаргона, так как именно наличие особых языков и способов общения позволяет говорить о выделении отдельных объединений людей в культуру.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

I. Статья, опубликованная в ведущем рецензируемом научном журнале:

1. Язык молодежи и его молодежная природа // Изв. Уральского государственного университета. 2007. № 50. Серия «Проблемы образования, науки и культуры». Вып. 21. С. 122–129.

II. Другие публикации:

2. Жаргон учащейся молодежи Урала: специфика, способы пополнения лексикона и пути репрезентации (статья) // Культура & общество [Электронный ресурс]: Интернет-журнал МГУКИ / Моск. гос. ун-т культуры и искусств – Электрон. журн. – М.: МГУКИ, 2004 – . – № гос. регистрации 0420600016. – Режим доступа: <http://www.e-culture.ru/Articles/2006/Ivanova.pdf>, свободный – Загл. с экрана.

3. Жаргон как явление молодежной субкультуры (статья) // Человек в мире культуры: Материалы науч. конф. молодых ученых, 28 октября 2005. Екатеринбург / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2005. С. 21–23.

4. Молодежный жаргон как отражение реализации правовых отношений в обществе (статья) // Проблемы совершенствования законодательства и становления гражданского общества в России: Материалы научно-теоретической конференции / Отв. редактор Г. Г. Смирнов. Екатеринбург: Изд-во Уральского института коммерции и права, 2005. Вып. 2. С. 86–91.

5. Молодежные жаргоны Екатеринбургa: мифы и реальность (статья) // Проблемы города в культурной антропологии: история и современность (III Колосни-

цынские чтения): Сборник научных трудов аспирантов, студентов, преподавателей. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. ун-та, 2006. С. 112–116.

6. Молодежный жаргон и языковая игра (статья) // Языковая игра. Детская игра: Материалы Всероссийской научной конференции «Язык. Система. Личность» Екатеринбург, 23 – 25 апреля 2006. / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2006. С. 72–76.

7. Международная языковая экспансия: англицизмы, национальные языки и молодежные жаргоны (статья) // Уральский вестник международных исследований. Вып. 5. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2006. С. 124–134.

8. Молодежный жаргон как фактор формирования языковой культуры личности (статья) // Теория и практика обучения русскому, иностранным языкам в вузе: Материалы межвузовской научно-практической конференции, посвященной 75-летию УрГЮА и 70-летию кафедры русского, иностранных языков и культуры речи. Екатеринбург, 6 октября 2006 года / Отв. ред. К. М. Левитан. Екатеринбург: издательский дом «Уральская государственная юридическая академия», 2006. С. 75–78. (В соавторстве с Ивановой С. В.)

9. История популяризации зарубежной культуры в России XX – XXI (на примере трансформации молодежного жаргона) (статья). // Россия и мир: история и историография: Международный альманах. Выпуск 1. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 56–60.

10. Молодежный жаргон как средство репрезентации действительности в дискурсивной практике молодежного социума (тезисы) // Дискурсология: методология, теория, практика: Доклады Первой Международной научно-практической конференции / Под общей редакции О.Ф. Русаковой – 15–16 декабря 2006 г. (Серия «Дискурсология». Выпуск 3) Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс-Пи», 2006. С. 7–59.

11. Молодежный жаргон как способ ликвидации международных коммуникативных барьеров (статья) // Международные отношения в XIX–XXI веках: Сборник трудов молодых исследователей. Вып. 3. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2007. С. 19–22.

Подписано в печать 25.09.2007. Формат 60 х 84 1/16
Усл. печ. л. 1, 45. Тираж 100 экз.
Отпечатано в ООО «Копимаркет».
620026, г. Екатеринбург, ул. Луначарского, 194.
Тел. 261-60-96

